

El futuro del entretenimiento y la TV digital

No cabe duda de que el entretenimiento a través de los medios de comunicación ha cambiado mucho en los últimos 15 años. Si la llegada de las cadenas de TV privadas en los años 90 dio al público la posibilidad de elegir entre más programas y medios de comunicación que representaban diferentes corrientes de opinión, Internet ha sido un terremoto que ha afectado a los cimientos de los medios tradicionales. Internet permite el acceso a mucha más información en todo el mundo en tiempo real.

La Web ofrece la posibilidad de interactuar con la fuente de esos datos y de descargar productos de entretenimiento con calidad y de forma rápida.

Los periódicos, así como las emisoras de radio y de TV, han intentado adaptarse al formato de la web. Los primeros ofrecen versiones digitales donde informan de forma inmediata de lo sucedido sin estar sujetos a la tiranía de la imprenta y del papel.

Las emisoras de radio y TV emiten sus programaciones de forma paralela en Internet. Los aparatos de TV han pasado de ser "cajas tontas", en las que el espectador sólo podía ver de forma pasiva una programación fijada, a ofrecer servicios interactivos con una calidad de imagen que supera a la realidad.

Los autores que han aportado sus opiniones sobre el futuro de la TV no creen que los medios digitales e interactivos vayan a acabar con ella. Más bien consideran que, gracias a la aplicación de las TIC, la TV se está adaptando a los nuevos tiempos, en el que los consumidores deciden qué programas y cuándo quieren verlos.

La TV móvil, la TV de Alta Definición Interactiva (TVAD) y la TV personal representan, según el criterio de Antonio G. Marqués de la Universidad Rey Juan Carlos, de Guillermo Cisneros, de la Universidad Politécnica de Madrid, y de Ignacio Franco, de Telefónica I+D, el futuro del medio de comunicación de masas audiovisual.

La televisión móvil

En opinión de Antonio G. Marqués, de la ETSIT de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, el entretenimiento a través de los medios de comunicación ha evolucionado hacia una personalización de su programación, formatos de distribución y almacenamientos más ricos y una

la TV depende de la banda ancha, los protocolos IP, la imagen comprimida y la oferta ilimitada de servicios. Es en este entorno donde la TV móvil destaca.

Por un lado, combina en un mismo producto la TV, Internet y los dispositivos móviles. Por otro, los estándares para la transmisión de TV móvil consideran ya el tráfico de alta tasa en tiempo real y con una buena calidad de servicio.

No menos importante son los formatos de entrega de la información que se encuentran ya disponibles en la TV móvil. El streaming de video permite que el consumidor reciba la información deseada en directo a tra-

"El futuro de la TV depende de la banda ancha, los protocolos IP, la imagen comprimida y la oferta ilimitada de servicios"

mejora de los interfaces por los que se hace llegar la información a los usuarios. Considera que el futuro de

vés de un canal exclusivo. Debido al gran consumo de recursos que requiere, se reserva para información



Cartel oficial de las XVII Jornadas Telecom I+D

relevante o usuarios de gama elevada. La difusión de video no exige, por el contrario, un canal dedicado por espectador, sino que distribuye la información en tiempo real de acuerdo con las características propias del soporte de transmisión móvil. El podcasting de video consiste en que el usuario se descarga el contenido de la red de forma asíncrona, lo almacena y lo ve más tarde.

Además, la TV móvil cuenta con un gran potencial tecnológico. Se trabaja ya en soluciones técnicas para prolongar la vida de las baterías o desarrollar pantallas de bajo consumo de potencia. La asignación eficiente de recursos y el establecimiento de comunicaciones multicast son otros de los aspectos que estarán presentes en la TV móvil.

El cambio de actitud del espectador, que ya no se conforma con ver de forma pasiva una programación

televisiva sobre la que no puede decidir y que está dispuesto a pagar por tener acceso a contenidos varios de calidad, así como por la manera en que estos se entregan, auguran un probable éxito de la TV móvil.

De la TV digital a la TVAD

Apenas un año y medio después de que se relanzara la Televisión Digital Terrestre (TDT) en España, se ha comenzado ya a desarrollar la Televisión de Alta Definición Interactiva (TVAD). El Foro de la TVAD, que reúne a proveedores de contenidos, redes y servicios, a universidades y usuarios bajo el auspicio de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, se ocupa de todos los aspectos que hagan posible su implantación en todo el país en un futuro no muy lejano.

Guillermo Cisneros, director de la ETSIT de la Universidad Politécnica de Madrid, recalca la importancia de la primera experiencia en emisión real de TVAD con servicios interactivos en España. Desde la primavera de 2006, Campus HD, que emite desde la ETSIT de la citada universidad madrileña, aborda el desarrollo completo de una cadena de TDT, integrando contenidos de TVAD en una comparativa de tecnología, sin rebasar la capacidad multiplex TDT y añadiendo funciones interactivas a través de servicios basados en MHP. La TVAD es una plataforma adecuada para el desarrollo de aplicaciones de entretenimiento en red y otras de valor añadido como las de la Administración Electrónica.

Según Guillermo Cisneros, en la TVAD convergen la sociedad de la información con los sistemas de TV, los servicios triple play y los sistemas de IPTV con la difusión de la TV, el mundo Web con el de las prestaciones interactivas tradicionales sobre

TV, permitiendo adicionalmente la movilidad del usuario. Por ello, ha llegado el momento de que los contenidos audiovisuales evolucionen para satisfacer las necesidades de la interactividad y de considerar la oportunidad del despliegue tecnológico con el fin de que en la TVAD interactiva se unan todas las plataformas de servicios disponibles.

De la TV tradicional a la personal

Ignacio Franco, gerente de Multimedia de Telefonía I+D, entiende que se debe replantear el modelo tradicional de servicios televisivos. La TV actual en España adolece de una profusión importante de canales en los que se ofrecen contenidos que no siempre son de alta calidad. La posibilidad que tiene el espectador de participar en la experiencia televisiva es prácticamente inexistente, lo que podría explicar la aparición de medios alternativos de consumo, ya sea el PC o el Ipod.

Con esta situación contrasta el nuevo enfoque de la TV personal, donde el usuario puede seleccionar entre una oferta de programación más amplia a la que accede cuándo, cómo y dónde desea. La selección de contenidos, su personalización, la interactividad y la oferta de otros servicios adicionales de valor añadido marcan el diseño de una nueva forma de entender el medio de comunicación de masas por excelencia.

La TV personal se convierte así en una experiencia única y personalizada de la programación televisiva que hace posible el ocio en grupo. De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto del Audiovisual y Telecomunicaciones de Europa tendrá 170 millones de usuarios en 2012 en Europa y su volumen de negocio alcanzará entonces los 4.500 millones de euros. ♦